

УДК 32.019.5

DOI: 10.17506/18179568_2025_22_2_108

ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ДЕИДЕОЛОГИЗАЦИЯ: ЭВОЛЮЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЗУМЕРОВ

**Иван Владимирович Суслов,**

Саратовская государственная юридическая академия,
Саратов, Россия,
suslov85@inbox.ru

**Зарина Закиевна Кныжова,**

Саратовская государственная юридическая академия,
Саратов, Россия,
knyzhova@mail.ru

Получена 23.12.2024.

Поступила после рецензирования 18.03.2025.

Принята к публикации 24.04.2025.

Для цитирования: Суслов И.В., Кныжова З.З. Цифровизация и деидеологизация: эволюция политической социализации зумеров // Дискурс-Пи. 2025. Т. 22. № 2. С. 108–125. https://doi.org/10.17506/18179568_2025_22_2_108

Аннотация

Трансформация социально-политической реальности в условиях тотальной цифровизации обостряет необходимость переосмысления процессов политической социализации молодежи. В данной статье рассматривается политическая активность младших представителей поколения зумеров (2005–2009 годов рождения).

© Суслов И.В., Кныжова З.З., 2025



Исследование опирается на теорию поколений, цифровую теорию гражданской активности и анализ потребления политического контента в интернет-среде. Авторы обращаются к (пост) марксистской и посткапиталистической парадигмам, акцентируя внимание на проблеме монополизации сетевых коммуникационных ресурсов, что ограничивает возможности свободного информационного рынка. Анализируется дуализм позиций технологического оптимизма и скептицизма: оптимисты подчеркивают демократизирующий потенциал социальных медиа и интернет-коммуникаций, тогда как скептики фокусируются на явлениях «альгокрапии», информационных капсул и цифрового колониализма. Эмпирической основой работы послужили данные, полученные в ходе фокус-групп со студенческой молодежью Саратовской области. В статье выявляются ключевые особенности цифровой политической активности младших зумеров, их идеологическая картина мира и отношение к феномену молодежного абсентеизма. Особое внимание уделяется феномену «цифровых гражданам» и трансформации их роли от пассивных наблюдателей к активным участникам политико-коммуникационных процессов. Исследование демонстрирует, что молодежь тяготеет к легкой, ироничной манере подачи информации, сочетающей скандальность, провокацию и развлекательный контекст. При этом политическое содержание зачастую воспринимается как фон, а интерес к блогерам обусловлен их эксцентричностью, харизмой и близостью к аудитории. В статье рассматриваются процессы деидеологизации молодежного сознания и влияние информационного контента на политическую активность и восприятие молодежью политических тем. Особое внимание уделено тенденциям инфантилизации политического сознания, проявляющимся в том, что молодежь воспринимает политическую информацию через развлекательные и эмоциональные каналы.

Ключевые слова:

политическая социализация, молодежь, деидеологизация, социальные сети, блогеры, инфантилизация, цифровизация, зумеры

Источники финансирования:

Статья подготовлена в целях выполнения фундаментального научного исследования по теме: «Гражданская и политическая вовлеченность молодежи в социально-политические процессы» в рамках государственного задания от 11 октября 2024 года № 075–00093–24–05.

UDC 32.019/5

DOI: 10.17506/18179568_2025_22_2_108

DIGITALIZATION AND DE-IDEOLOGIZATION: TRACING THE EVOLUTION OF POLITICAL SOCIALIZATION AMONG GENERATION Z

Ivan V. Suslov,

Saratov State Law Academy,
Saratov, Russia,
suslov85@inbox.ru

Zarina Z. Knyzhova,

Saratov State Law Academy,
Saratov, Russia,
knyzhova@mail.ru

*Received 23.12.2024.**Revised 18.03.2025.**Accepted 24.04.2025.*

For citation: Suslov, I.V., Knyzhova, Z.Z. (2025). Digitalization and De-ideologization: Tracing the Evolution of Political Socialization Among Generation Z. *Discourse-P*, 22(2), 108–125. (In Russ.). https://doi.org/10.17506/18179568_2025_22_2_108

Abstract

The transformation of socio-political realities and pervasive digitalization necessitates a renewed examination of political socialization processes among youth. This article investigates the political engagement of the younger cohort of the “Zuckerberg generation” (born 2005–2009). Drawing upon a generational theory, a digital theory of civic engagement, analyses of online political content consumption, this research situates its inquiry within (post-) Marxist and post-capitalist frameworks, with particular attention to the monopolization of network communication resources and its constraints on the free information market. The article critically explores the dichotomy between *technological optimism* – with the emphasis on the democratizing potential of social media and Internet communications – and *technological skepticism*, which highlights phenomena such as algocracy, information bubbles, and digital colonialism. Empirical findings derive from focus group data conducted with students in the Saratov region. The findings reveal key characteristics of younger Zoomers’ digital political activity, their ideological orientations, and their perspectives on youth political disengagement. Special attention is paid to the concept of *digital citizens* and the evolving transition from passive observers to active participants in political and communicative processes. The study highlights a prevailing preference among youth for a light, ironic communicative style that merges sensationalism, provocation, and entertainment with political content often serving as a backdrop.

Engagement with political figures is often motivated by their eccentricity, charisma, and perceived relatability. Furthermore, the article examines the de-ideologization of youth consciousness and the impact of information content on political participation and perceptions of political issues. Particular emphasis is placed on the trend toward infantilization of political awareness, whereby young individuals perceive political information primarily through entertainment and emotional frameworks.

Keywords:

political socialization, youth, de-ideologization, social networks, bloggers, infantilization, digitalization, zoomers

Funding:

The article was prepared as part of fundamental scientific research on the topic: “Civic and Political Involvement of Youth in Socio-Political Processes”, conducted under the state assignment from October 2024 (No. 075–00093–24–05).

Введение

Тотальная цифровизация общественной жизни, трансформируя привычный социально-политический уклад, обосновывает необходимость ревизии классических моделей взаимодействия общества и власти в целом и политической социализации молодого поколения, в частности. Активизировавшиеся в конце 2010-х гг. социологически-ориентированные исследования цифрового контекста политической мобилизации новых поколений россиян ввели в научный оборот богатый эмпирический материал, позволивший ученым узнать, «что молодежь делает в сети!».

Однако начало Специальной военной операции (СВО) и вступление России в открытое геополитическое столкновение с коллективным Западом ставит задачу актуализации научных взглядов на проблему цифровой активности молодежи. Противники России обладают широкими технологическими, идеологическими, институциональными и иными ресурсами (возможностями) оказывать существенное влияние на российское информационное пространство, а значит и умы подрастающего поколения. Одновременно с серьезными внешнеполитическими изменениями за последние три года произошло и переформатирование внутриполитического пространства, повлекшее за собой трансформацию политических действий, практик и ценности российской молодежи.

Политические исследования молодежи активно обращаются к базовым тезисам теории поколений, позволяющей создавать некие удобные для анализа идеальные объекты, объединяющие возрастные когорты молодежи в единое целое: поколения миллениалов (Y), зумеров, альфа и т. д. Возрастные границы поколений являются предметом постоянных научных дискуссий, которые разрешаются признанием невозможности установления четких поколенческих границ и необходимости выделения, так называемых спорных, переходных меж-

поколенческих периодов. Например, ряд ученых начало поколения миллениалов обозначают 1981 годом, другие же – 1987-й, следовательно, годы с 1981 по 1986 являются переходными от X к Y (Когай, 2024). Споры ведутся и о границах поколения зумеров, чье начало различные ученые датируют в промежутке от 1993 до 2001 г., а конец – от 2006 до 2012 г.

Начало СВО фактически разделило ядро поколения зумеров, родившихся с 2001 по 2009 годы, на две половины: старшие успели окончить школу, поступить в вузы и пройти первичную политическую социализацию до начала боевых действий. Соответственно наибольший исследовательский интерес (превратившийся в предмет настоящей статьи) вызывает политическая социализация младших зумеров (2005–2009 годов рождения), которая, с одной стороны, происходит в условиях геополитического противоборства России и Запада, а с другой в эпоху цифрового трансформации природы гражданской активности, политической социализации и большинства других социальных феноменов современности.

В первой части статьи определена теоретическая рамка (парадигма) настоящего политико-цифрового исследования, во-второй – теоретически охарактеризован процесс поиска и потребления политического контента как форма цифровой гражданской активности. В третьей – предложен анализ потребления политической информации младшими зумерами, основанный на эмпирическом материале, полученном в процессе проведения серии фокус-групп со студенческой молодежью Саратовского области.

Новизна исследования процессов политической социализации состоит, во-первых, в определении технологического фактора организации информации в интернет-среде, включающего работу алгоритмов информационных платформ и особенности дизайна архитектуры социальных сетей, как первостепенного. Во-вторых, предполагается выявить основные поколенческие характеристики цифровой политической активности младшего поколения зумеров. В-третьих, в рамках исследования будет обозначена идеологическая картина мира зумеров и пересмотрен феномен молодежного абсентеизма.

Посткапиталистическая парадигма цифровых исследований

В начале XXI в. материальные (технологические) основания политических процессов претерпели цифровую модернизацию, связанную с появлением новых независимых медиа и интернет-агентов, субъектов политической коммуникации, влияющих на массовое общественное сознание, обладающих наравне с традиционными медиа символической «способностью конструировать реальность» (Hardy, 2014). Исследование эффектов технологической революции в информационном пространстве, связанной с развитием интернет-технологий и общей цифровизацией социальной жизни, предполагает обращение к (пост) марксистской, посткапиталистической (или близкой к ней) парадигме (Gibson-Graham, 2006), обращающей внимание на возникновение крупных трафик-монополистов и владельцев сетевых коммуникационных ресурсов, что перечеркивает возможность возникновения свободного рынка информации.

В современных исследованиях влияния технологической революции на политическую сферу конкурируют позиции политико-технологического оптимизма и скептицизма. Оптимисты возлагают надежды на развитие социальных медиа, свободных от цензуры интернет-коммуникации, осуществляющих обратную связь через комментарии и обсуждение контента. Ключевая особенность социальных медиа заключается в способности мгновенно обновлять или корректировать информацию, а также сочетать различные форматы ее подачи.

Появление социальных медиа вызывает необходимость актуализации теории П. Лазерсфельда, согласно которой информация, исходящая от средств массовой информации, воспринимается аудиторией не напрямую, а опосредовано, через влияние лидеров мнений. Под лидерами мнений в настоящих технологических реалиях могут пониматься блогеры, которым может стать любой человек, имеющий устройство для выхода в Интернет, а также и обычные пользователи, комментирующие просмотренный контент (Karlsen, 2015).

Политико-технологические скептики отмечают возникновение информационных капсул (термин С.В. Володенкова) или эхо-камер. А. Аниш предлагает термин *альгократия*, под которым обозначается власть алгоритмов поисковых систем, определяющих подбор информационного контента, что предполагает возможность владельцев технологических систем, связанных с поиском информации, влиять на мировоззрение интернет-пользователей (Aneesh, 2006). М. Квет пишет о появлении глобального «цифрового колониализма» (Kwet, 2019), мира технологических корпораций-гигантов.

Информационное пространство в России пережило значительную корректировку после начала СВО: большая часть иностранных социальных сетей и медийных пространств (например, *Facebook*¹, *Instagram*²) получили статусы, которые сделали невозможным использование этих площадок официальными СМИ, государственными структурами или патриотически настроенными блогерами. Поскольку процесс юридической маркировки интернет-площадок, которые не соблюдают российское законодательство, происходит в активном режиме, российские медиа субъекты с целью сохранения аудитории используют тактику параллельного ведения нескольких виртуальных ресурсов. Неоднозначная ситуация с *YouTube* также привела к очередной трансформации российского рынка видео-контент-площадок, где помимо уже имеющихся *Rutube* и *BK*-видео, появились новые *Nuum*, *Boosty*, *Дзен*-видео.

Поколенческое измерение медиаполитических коммуникаций

Исследования, соединяющие техно-оптимистическую логику с теорией поколений, возлагают надежду на появление новых генераций интернет-пользователей, так называемых, «цифровых граждан», которые демонстрируют активное вовлечение в политико-коммуникативные процессы, способствующее общему развитию демократии (Barbuceanu, 2020).

Е.В. Бродовская и Т. Хуанг связывают развитие цифровых сервисов и расширение спектра их возможностей с повышенным протестным потен-

¹ Деятельность запрещена в РФ.

² Деятельность запрещена в РФ.

циалом молодежи относительно других возрастных групп (Бродовская, Хуанг, 2019). Пассивное наблюдение способно трансформироваться в активное сопереживание, выражение своей позиции и готовность включаться в активные гражданские действия (Абрамова, Антонова, 2023). Виртуальные оценки и обсуждения дают *«возможность проверить свою точку зрения или выработать ее»* (Адамьянц, 2023).

В социальных сетях структура гражданской активности строится вокруг активного ядра сообщества, которое генерирует контент, и периферийных участников с различной степенью вовлеченности. Наблюдатели обычно считаются самой пассивной частью этой периферии. Например, Р.В. Пырма называет их роль «пассивным отслеживанием информации» (Пырма, 2019). Однако сегодня наблюдатели становятся более активной и сложной категорией: около 92 % из них совмещают наблюдение с другими формами участия. Роль наблюдателя, которая охватывает около 68 % молодежи, может адаптироваться к разным формам активности, становясь более или менее заметной в зависимости от обстоятельств. Эти молодые люди активно используют цифровые формы гражданского участия, но воспринимают себя более как наблюдателей, чем как участников (Абрамова, Антонова, 2024).

Определение себя как «гражданских наблюдателей» выполняет несколько значимых функций:

1. позволяет выбрать удобные формы цифрового участия для демонстрации своей гражданской позиции;
2. снимает противоречие между общественными ожиданиями и фактической активностью;
3. дает возможность объяснять перерывы и неучастие через заинтересованное наблюдение;
4. способствует формированию общественного мнения, направленного на достижение значимых для общества целей.

Многие исследователи считают, что цифровизация открывает почти безграничные возможности для поддержки «низового активизма», расширения политического участия и развития электронной демократии (Pianini, Omicini, 2019). Благодаря активному распространению ссылок на схожие по тематике интернет-ресурсы, социальные медиа создаются условия для включения в информационное пространство все более широкой аудитории. Эти платформы позволяют обычным пользователям становиться экспертами и ньюсмейкерами, что меняет динамику информационного обмена. Обсуждение околополитических вопросов в социальных медиа способствует росту интереса к онлайн-самовыражению и может косвенно увеличивать участие в политических процессах (Kwak et al., 2018). Пользователи социальных платформ чаще готовы вступать в диалог с людьми, придерживающимися противоположных взглядов (Lee et al., 2020).

Таким образом, молодое поколение, рассматривая интернет как естественную среду обитания, не расположено к жесткому разделению гражданско-политической активности на онлайн и офлайн составляющую. Актуализация исследовательского интереса к такой конвенциональной (в современных внутриполитических условиях СВО и информационной войны) форме граждан-

ской активности как потребление политической информации обуславливается ее распространенностью и значимостью.

Политическая активность в онлайн чаще всего характерна для целеустремленных и мотивированных активистов, тогда как аудитория, неуверенная в своих позициях или опасаящаяся негативной реакции и недопонимания, предпочитает воздерживаться от публичных высказываний (Thorson, 2014). Следовательно, актуальным продолжает оставаться задача определения существенных характеристик политической социализации основной массы «пассивных» пользователей из числа современных российских зумеров.

В ноябре 2024 г. силами исследовательского коллектива кафедры философии ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия» была проведена серия интервью (№ =9) с обучающимися 1–2 курса по направлению подготовки «Юриспруденция» и специальности «Судебная и прокурорская деятельность», студентами Саратовской консерватории (3 курс) и политологами (4 курс) Саратовского государственного университета. Участникам фокус-групп задавались следующие вопросы: «Что вы считаете относится к политической информации в Интернете и где вы с ней сталкиваетесь?», «Какие политические темы вызывают у вас интерес?», «Как должна быть подана информация о политике, что вас заинтересовать?», «Ваши любимые блогеры, каналы, сообщества, в которых освещаются новости на политические темы?», «Сталкивались ли вы с политическими фейками?», «Как вы отличаете ложную информацию от правдивой?».

«Скрытая» цифровая гражданская активность молодежи: результаты эмпирического исследования

Выше приведенный теоретико-историографический очерк продемонстрировал распространенность в научном дискурсе мнения о позитивном влиянии пассивного наблюдения за политическими новостями на повышение уровня гражданственности. Однако анализ эмпирических результатов авторского исследования позволил выделить два ключевых вопроса. 1) Зачем это нужно молодому человеку? 2) На что обращается внимание при выборе источника информации? Мониторинг политических страниц на *TikTok*, проведенный Д.И. Гигаури и П.Р. Тузовой, позволил выделить следующие основные типы мотивационных ориентаций молодежи на поиск и потребление политической информации (Гигаури, Тузова, 2021):

- *познавательная ориентация* – поиск информации о политических акторах и событиях;
- *эмоциональная ориентация* – выражение чувств к политикам и их деятельности через участие в обсуждениях, отправку сообщений поддержки или критики;
- *оценочная ориентация* – выражение суждений о политической ситуации и прогнозы ее развития.

Чем отличается молодой человек, активно интересующийся политикой, подписанный на политизированные интернет-ресурсы, от проявляющего к политике умеренно-индифферентный интерес? В XX в. появилось несколько

авторитетных теорий, объясняющих гражданско-политическую активность с позиций радикально-социологических, психологических, рационально-инструменталистских и других. Однако, кажется, что взрывное развитие медиа-технологий усиливает убедительность радикально-медийной теории, обращающей внимание на резкое увеличение количества способов получения политической информации практически любого идеологического спектра, а, следовательно, политизация молодого поколения начинает подчиняться рандомно-ситуативной логике интернет-серфинга по просторам любимых соцсетей и информационных платформ в свободное время, заданного поисковыми алгоритмами. Ключевым тезисом в радикально-медийной теории политизации граждан является принципиальная случайность этого процесса, не поддающаяся какой-либо социологической, экономической, психологической или любой другой рационально-структурированной объяснительной модели.

Цифровизация социальных процессов сопровождается возникновением феномена ранней политико-идеологической социализации (акселерации) молодежи (Поцелуев и др., 2022). Молодые люди выходят в Интернет и получают интересующую их информацию о политике в форме специально-ориентированной на подростковую аудиторию. Возрастные особенности подросткового периода обуславливают преобладание аморфной мотивации протеста, связанного с терминальными ценностями («несправедливость», отсутствие внятного и позитивного образа будущего).

Среди современной молодежи (вне зависимости от страны проживания) присутствует запрос на так называемую «политику новой искренности» (Dencik, 2015; Tolson, 2010). Многие участники фокус-групп выразили доверие к *TikTok*, объясняя это тем, что «там настоящие люди», а значит, и информация воспринимается как подлинная. Алгоритмы этой платформы устроены так, что популярность видео зависит не от хештегов, а от интереса аудитории, что делает содержание персонализированным и усиливает эффект доверия. Однако этот подход способствует быстрому распространению информации, при этом критическая оценка и проверка фактов отходят на второй план.

Современные (популярные в молодежной среде) блогеры обсуждают политические вопросы в легкой, ироничной манере, используя гротескные преувеличения, создавая ощущение непринужденности. Например, заявления подобные следующим: «не нужно разбираться в политике, все равно мы не знаем» или «о политике говорят все: бабки у двора, бомжи местные», превращают серьезные темы в забавные (Касамара и др., 2021).

Анализ телеграмм-каналов также выявляет преобладание юмористического тона при разговоре о патриотизме (Сорокин, 2024). Юмор определяется как одна из протестных политических стратегий современной молодежи.

Тем не менее, несмотря на шуточный тон, молодежь интересуется вполне серьезные проблемы. Самые популярные среди молодежи ролики в *YouTube* связаны с обсуждением актуальных политических событий, образа России и ее проблем (коррупция, алкоголизм, территориальное неравенство, экология, уровень патриотизма).

В ответах на вопрос о популярных политических блогерах во время проведенных фокус-групп наиболее часто назывался Дмитрий Медведев.

Молодежь привлекает его эксцентричная (неожиданная для бывшего президента) и резко патриотическая манера речи. При этом присутствует понимание, что подобная риторика сформирована конъюнктурой или же политтехнологами («играет под пропаганду», «выполняет задание говорить более радикально, чем президент»). Одновременно отмечается, что публикации Медведева кажутся «жизненными», за счет использования «крепких» слов и выражений. Отдельно положительно отмечается, что подобной близкой для населения риторике больше нет ни у кого (из блогеров).

Идейная сторона политической повестки публикаций в телеграм-канале Д. Медведева оценивается конвенционально патриотичной, а также образцовой в методически-когнитивном плане для подрастающего поколения («учит детей, как надо думать»).

По критерию эмоциональной привлекательности также наиболее востребованным студенческой молодежью является телеграм-канал Екатерины Мизулиной, чья манерность и наигранность определяется как харизматичность. Близость к народу в данной версии достигается через коммуникацию с подписчиками, наличие бота, посредством которого можно описать проблему, которая, возможно, будет решена публично. Молодежная аудитория также отмечает эксцентричность Е. Мизулиной: провокационные заявления («говорит, что слушает только песни Шамана и гимн России»), парадоксальность феномена ее популярности, поскольку запретительские инициативы невозможно отметить как положительное явление («вредит развитию интернета, свободе слова»). Молодежь определяет высказывания и действия Е. Мизулиной как «заказ от действующей власти», что, однако, не только не снижает ее популярность, а наоборот привлекает внимание.

Если два вышеуказанных автора являются представителями патриотического лагеря, то следующую группу можно обозначить как скептически настроенные лоялисты. Ксения Собчак активно представлена несколькими телеграм-каналами (например, «Кровавая барыня», «СОБЧАК»), а также персональными страницами в других социальных сетях. Молодежи нравится освещение актуальной социальной повестки, эпатаж, юмор и периодическая язвительность риторики. Ценится ее возможность критически освещать спорные с политической точки зрения вопросы, давать комментарии, за которые «другим прилетало», что связывается с политическим «иммунитетом» (т. к. «крестница Путина»). Идеологическая тональность считается молодежной аудиторией как левая, поскольку автор часто обращается к проблемам различных социальных групп и субкультур.

К категории лоялистов-скептиков также может быть отнесен Артемий Лебедев, который знает (как было сказано респондентом, во время проведения одой из фокус-групп) секрет, позволяющий «усидеть на двух стульях». Артемий Лебедев также характеризуется как эксцентричный персонаж, сочетающий резкую риторику с рациональными суждениями, и одновременно «простой, понятный молодежи», в том числе потому, что снимает «тик-ток», участвует в молодежных шоу (например, «Разгон»), «его интересно слушать». Его появление в шоу «Первого канала» считается молодежью как признак политической привилегированности. В качестве еще одной черты, выделяющей А. Лебедева и К. Собчак, является заметный внешний имидж (манера одеваться, яркая прическа).

Наиболее народными (то есть, социально-близкими) политическими блогерами в фокус-группах назывались Стас Васильев (Стас «Ай, Как Просто!») и Николай Соболев. Молодежь отмечает их пророссийскую позицию, хотя в прошлом оба были известны как критики власти, быструю реакцию на события, провокационные комментарии.

Общее у всех категорий популярных у молодежи блогеров, вне зависимости от специфики их каналов и политического фона, это провокационный, а также развлекательный характер их текстов и видеопубликаций. Скандальность, резонансная тональность риторики работает на привлечение внимания аудитории, политический контекст считается молодежью лишь как фон и повод для медийного высказывания, поддерживающего популярность и известность интернет-знаменитостей.

Политико-идеологической акселерации российской молодежи и процессы деидеологизации

Можно ли утверждать, что современная молодежь аполитична или в ее среде наблюдаются процессы политической акселерации? Скорее следует указать на тенденции деидеологизации как молодежного сегмента общественного сознания, как следствие принципиальной деидеологичности информационного контента, претендующего на максимальный охват аудитории и сбор максимального количества лайков.

Современные представители молодого поколения не владеют базовыми навыками ориентации в идеологических координатах, что понижает возможности аналитического осмысления получаемой информации и повышает опасность политико-идеологического манипулирования.

Молодежь не видит разницы между политическими проблемами и социальными (второе подменяет первое), что затрудняет возможность разобраться в сути проблемы и определить идеологическую позицию субъекта, предоставляющего информацию. При этом наибольшее внимание привлекают политические новости критического содержания. Нейтральные или позитивные сообщения, которые даже если и связаны с деятельностью власти, воспринимаются аполитично, как бытовой контент, т. е. не имеют четкой персональной политизированной артикуляции. Анализируя практику гражданского активизма российской молодежи в последние годы, В.В. Титов приходит к выводу о деидеологизации основных информационных потоков активистов и фактическом сращивании политических и социальных дискурсов (Титов, 2020).

Многие исследователи согласны с тем, что регулярное продвижение инфлюенсерами определенных позиций в социальных сетях существенно снижает критическое восприятие молодежью политических и социальных тем (Алейников и др., 2022). Молодежь часто становится передатчиком «сомнительных» и «недоверенных» смыслов, образов и мифов, которые формируют общий аксиологический фон поколения. Подобное влияние на эмоциональные реакции аудитории, организованное контент-мейкерами, можно рассматривать как тщательно продуманную манипуляцию. Современные блогеры добиваются доверия, акцентируя то, что молодежь воспринимает как особенно ценное и зна-

чимое для себя, например, такие понятия, как свобода. Обращение к эмоциям и желание создать молодежный контент о политике парадоксальным образом способствует инфантилизации массового политического сознания.

Особенности политической социализации поколений зумеров определяется принципиальным изменением архитектуры и дизайна информационных площадок. В 2010-е годы с развитием соцсетей и *YouTube* в прошлое уходят форумные споры, позволяющие и предполагающие возможное и даже обязательное знакомства с уже созданным контентом данными ответами, и/или высказанными точками зрения. В настоящее время подобные споры и дискуссии, которые ранее велись месяцами и позволяли включаться в них всем посетителям форумов, невозможны. Сложно представить пользователя, который вдумчиво знакомится со всеми (порой многотысячными) комментариями и точками зрения, размещенными под постом или другим аудиовизуальным контентом, и тем более включается в общую дискуссию. В качестве аргумента в пользу пассивной комментаторской позиции было названо отсутствие времени, т. к. «для комментирования, нужно постоянно следить за веткой дискуссии и оперативно отписываться».

С другой стороны, основная технологическая новация, которая рассматривается естественной, является возможность обратной связи. Очевидно, что это касается способов взаимодействия с контентом. Например, интернет-коммуникация сформировала у поколений Y и Z «культуру соучастия», подразумевающую субъект-субъектное взаимодействие со СМИ, что делает их менее восприимчивыми к источникам информации, не предоставляющим полноценной обратной связи. Родители определяются молодежью как зомбированные заложники «Телевизора».

В ходе проведения фокус-групп респонденты указывали на небезопасность высказывания собственной точки зрения в форме, например, комментирования политизированных постов. Молодежь убеждена, что любая реплика на политическую тему в виртуальном пространстве приведет к административному или уголовному делу, т. к. нарушает соответствующие кодексы («комментировать можно, но только на неполитические темы»). Наиболее опасным для посещения, подписки на сообщества и даже для анонимного комментирования считается социальная сеть VK.

Однако были озвучены и (относительно) безопасные варианты обозначения политической позиции. Комментарии возможны, но анонимно или под вымышленным именем. Практикуются карнавальные форматы комментирования: некоторые респонденты для поддержания дискуссии пишут специально наиграно, с целью «потроллить», разозлить или «затравить» участников, популярна стилистика квасного патриотизма.

Невербальным комментариями могут служить лайки и наборы эмодзи, которые часто используются владельцами телеграм-каналов в качестве получения реакций от подписчиков. Наиболее популярным эмодзи в отношении политического был назван клоун, что можно интерпретировать как критическое и скептическое отношение к написанному вне зависимости от политической и идеологической ориентации.

Заключение

Цифровая трансформация гражданской активности и политической социализации молодежи кардинально меняет традиционные модели взаимодействия общества и власти. Проведенное исследование позволило зафиксировать ряд важных тенденций среди младших зумеров. Во-первых, технологический фактор (алгоритмы социальных платформ, интерфейс социальных сетей) играет центральную роль в процессе поиска и потребления политической информации. Во-вторых, младшие зумеры демонстрируют амбивалентную идеологическую картину мира, формирующуюся на стыке информационного давления и гражданского интереса. В-третьих, наблюдается ослабление молодежного абсентеизма, выражающееся в росте цифровых форм гражданской активности, однако сопровождающееся поверхностным восприятием политического контента.

Цифровая модернизация политической сферы, несмотря на прогрессивные аспекты и потенциал социальных медиа, сопряжена с вызовами, подчеркивающими неоднозначность технологической революции. Возникновение трафик-монополистов и алгоритмического контроля ограничивает свободный рынок информации, усиливая власть цифровых корпораций и создавая феномен «цифрового колониализма». Цифровизация современной среды способствует развитию новых форм гражданского участия среди молодежи, стирая границы между онлайн- и офлайн-активностью. Понятие «гражданских наблюдателей» отражает гибкость молодежи в выборе форм взаимодействия с политической информацией. Результаты фокус-групп показали, что молодые люди интересуются политической информацией при условии доступной и увлекательной подачи контента, значительную роль в которой играют блогеры, тематические сообщества и популярные медиа-каналы.

Таким образом, цифровизация информационного пространства создает благоприятные условия для ранней политической социализации молодежи, однако делает этот процесс ситуативным и фрагментированным. Анализ эмпирических данных фокус-групп показывает, что молодые люди проявляют интерес к политике через посредство популярных блогеров, чья риторика строится на провокациях, эмоциональной вовлеченности и развлекательной подаче. Доверие к платформам вроде *TikTok* и *Telegram* обусловлено восприятием контента как «подлинного» и «народного», что, однако, снижает критическое отношение к получаемой информации. Молодежь отдает предпочтение каналам, сочетающим патриотическую, лояльно-критическую и скептическую повестки, а также ценит блогеров за их эксцентричность и близость к социальным запросам аудитории.

Можно утверждать, что в современных условиях политическая акселерация молодежи не проявляется в традиционном виде, а скорее наблюдается процесс деидеологизации, где политическая информация и социальные вопросы начинают сливаться, а критическое восприятие информации уступает место эмоциональному отклику и развлекательным форматам. Молодежь, вовлеченная в политический дискурс через социальные сети, становится участником не столько осознанных политических процессов, сколько воспринимает их через призму лайков, эмодзи и карнавальных форматов комментирования. Это создает ситуацию, в которой политическая активность скорее

выражается в пассивном участии и реакции, чем в глубоком аналитическом осмыслении политических проблем.

Список литературы

1. Абрамова, С. Б., Антонова, Н. Л. (2023). Молодежь региона в поисках гражданской идентичности: цифровое участие и модель наблюдателя. *Регионоведение*, 31(2), 393–410. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.123.031.202302.393-410>
2. Абрамова, С. Б., Антонова, Н. Л. (2024). Реализация функций гражданского общества в цифровой партисипации молодежи. *Дискурс-Пи*, 21(1), 152–171. https://doi.org/10.17506/18179568_2024_21_1_152
3. Адамьянц, Т. З. (2023). Смыслы и смысловые нюансы на открытых интернет-платформах как предмет социологического изучения (на примере блогов патриотической направленности в «Дзене»). *Социологическая наука и социальная практика*, 11(4), 204–220. <https://doi.org/10.19181/snsp.2023.11.4.9>
4. Алейников, А. В., Мальцева, Д. А., Тузова, П. Р. (2022). Медиатизация коммуникаций как фактор трансформации ценностных ориентаций российской молодежи: тенденции и риски (часть 2). *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*, 18(4), 406–424. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2022.404>
5. Бродовская, Е. В., Хуанг, Т. (2019). Цифровое поколение: гражданская мобилизация и политический протест российской молодежи. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, (5), 3–18. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.01>
6. Гигаури, Д. И., Тузова, П. Р. (2021). Виртуальная идентичность в социальных сетях и видеоблогах: обзор политического контента в TikTok. *Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки*, (6), 47–69.
7. Касамара, В. А., Сорокина, А. А., Шилина, А. Н. (2021). YouTube-блогеры как агенты политической социализации российских школьников. *Вестник Московского Университета. Серия 12. Политические науки*, (3), 7–21.
8. Когай, А. Д. (2024). Цифровые поколения как целевые аудитории медиакоммуникаций: проблемы классификации и определения границ. *Коммуникативные исследования*, 11(2), 235–252. [https://doi.org/10.24147/24136182.2024.11\(2\).235-252](https://doi.org/10.24147/24136182.2024.11(2).235-252)
9. Поцелуев, С. П., Подшибякина, Т. А., Константинов, М. С. (2022). Идеологическая акселерация школьной молодежи как эффект новых медиа: к постановке вопроса. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*, 24(3), 573–585. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-3-573-585>
10. Пырма, Р. В. (2019). Влияние цифровых коммуникаций на политическое участие. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*, 9(4), 63–69. <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2019-9-4-63-69>
11. Сорокин, А. А. (2024). Опыт контент-анализа патриотического дискурса в информационной картине ведущих телеграм-каналов России. *Вестник Академии медиаиндустрии*, (1), 63–76.

12. Титов, В.В. (2020). Стратегии социального протеста молодежи в Рунете: сравнительный анализ поколений Y и Z. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, (3), 139–158. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.3.1674>
13. Aneesh, A. (2006). *Virtual Migration: The Programming of Globalization*. Durham: Duke University Press.
14. Barbuceanu, C.D. (2020). Teaching the Digital Natives. *Revista de Stiint e Politice*, (65), 136–145.
15. Dencik, L. (2015). Social Media and the “New Authenticity” of Protest. In L. Dencik, & O. Leister (Eds.), *Critical Perspectives on Social Media and Protest: Between Control and Emancipation* (pp. 203–218.). London: Rowman & Littlefield.
16. Gibson-Graham, J.-K. (2006). *A postcapitalist politics*. Minneapolis; London: University of Minnesota Press.
17. Hardy, J. (2014). *Critical political economy of the media. An Introduction*. London; New York: Routledge.
18. Karlsen, R. (2015). Followers are opinion leaders: The role of people in the flow of political communication on and beyond social networking sites. *European Journal of Communication*, 30(3), 301–318. <https://doi.org/10.11737/072677323711575777305>.
19. Kwak, N., Lane, D.S., Weeks, B.E., Kim, D.H., Lee, S.S., & Bachleda, S. (2018). Perceptions of Social Media for Politics: Testing the Slacktivism Hypothesis. *Human Communication Research*, (44), 197–221. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqx008>
20. Kwet, M. (2019). Digital Colonialism: US Empire and the New Imperialism in the Global South. *Race & Class*, 60(4), 3–26. <https://doi.org/10.1177/0306396818823172>
21. Lee, S.S., Lane, D., & Kwak, N. (2020). When Social Media Get Political: How Perceptions of Open- Mindedness Influence Political Expression On Facebook. *Social Media + Society*, 6(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2056305120919382>
22. Pianini, D., & Omicini, A. (2019). Democratic Process and Digital Platforms: An Engineering Perspective. In P. Contucci, A. Omicini, D. Pianini, & A. Sîrbu (Eds.) *The Future of Digital Democracy* (pp. 83–96). Heidelberg: Springer Verlag.
23. Thorson, K. (2014). Facing an Uncertain Reception: Young Citizens and Political Interaction on Facebook. *Information, Communication & Society*, 17(2), 203–216. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.862563>
24. Tolson, A. (2010). A New Authenticity? Communicative Practices on YouTube. *Critical Discourse Studies*, 7(4), 277–289. <https://doi.org/10.1080/17405904.2010.511834>

References

1. Abramova, S.B., & Antonova, N.L. (2023). Molodezh' regiona v poiskakh grazhdanskoy identichnosti: tsifrovoye uchastie i model' nablyudatelya [Regional Youth in Search of Civic Identity: Digital Participation and the Observer Model]. *Regionologiya*, 31(2), 393–410. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.123.031.202302.393-410>

2. Abramova, S.B., & Antonova, N.L. (2024). Realizatsiya funktsiy grazhdanskogo obshchestva v tsifrovoy partisipatsii molodezhi [Functions of Civil Society Performed in Digital Participation of Young People]. *Diskurs-Pi*, 21(1), 152–171. https://doi.org/10.17506/18179568_2024_21_1_152
3. Adamyants, T.Z. (2023). Smysly i smyslovye nyuansy na otkrytykh internet-plattformakh kak predmet sotsiologicheskogo izucheniya (na primere blogov patrioticheskoy napravlenosti v “Dzene”) [Meanings and Semantic Nuances on Open Internet Platforms as a Subject of Sociological Study (on the Example of Patriotic Blogs in Zen)]. *Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika*, 11(4), 204–220. <https://doi.org/10.19181/snsp.2023.11.4.9>
4. Aleinikov, A.V., Maltseva, D.A., & Tuzova, P.R. (2022). Mediatizatsiya kommunikatsiy kak faktor transformatsii tsennostnykh orientatsiy rossiyskoy molodezhi: tendentsii i riski (chast' 2) [Mediatization of Communications as a Factor of Transformation of Value Orientations of Russian Youth: Trends and Risks (Part 2)]. *Politicheskaya ekspertiza: POLITEKS*, 18(4), 406–424. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2022.404>
5. Aneesh, A. (2006). *Virtual Migration: The Programming of Globalization*. Durham: Duke University Press.
6. Barbuceanu, C.D. (2020). Teaching the Digital Natives. *Revista de Stiință e Politice*, (65), 136–145.
7. Brodovskaya, E.V., & Huang, T. Yi. (2019). Tsifrovoe pokolenie: grazhdanskaya mobilizatsiya i politicheskiy protest rossiyskoy molodezhi [Digital Generation: Civil Mobilization And Political Protest Among Russian Youth]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*, (5), 3–18. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.01>
8. Dencik, L. (2015). Social Media and the “New Authenticity” of Protest. In L. Dencik, & O. Leister (Eds.), *Critical Perspectives on Social Media and Protest: Between Control and Emancipation* (pp. 203–218.). London: Rowman & Littlefield.
9. Gibson-Graham, J.-K. (2006). *A postcapitalist politics*. Minneapolis; London: University of Minnesota Press.
10. Gigauro, D.I., & Tuzova, P.R. (2021). Virtual'naya identichnost' v sotsial'nykh setyakh i videoblogakh: obzor politicheskogo kontenta v TikTok [Virtual Identity in the Modern Media Space of Russian Politics: A Survey on Political Contents on Tiktok]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12. Politicheskie nauki*, (6), 47–69.
11. Hardy, J. (2014). *Critical political economy of the media. An Introduction*. London; New York: Routledge.
12. Karlsen, R. (2015). Followers are opinion leaders: The role of people in the flow of political communication on and beyond social networking sites. *European Journal of Communication*, 30(3), 301–318. <https://doi.org/10.11737/072677323711575777305>.
13. Kasamara, V.A., Sorokina, A.A., & Shilina, A.N. (2021). YouTube-blogery kak agenty politicheskoy sotsializatsii rossiyskikh shkol'nikov [Youtube Bloggers as Agents of Political Socialization of Russian Pupils]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 12. Politicheskie nauki*, (3), 7–21.
14. Kogai, A.D. (2024). Tsifrovye pokoleniya kak tselevye auditorii mediakommunikatsiy: problemy klassifikatsii i opredeleniya granits [Digital

Generations as Target Audiences of Media Communications: Classification and Boundaries]. *Kommunikativnye issledovaniya*, 11(2), 235–252. [https://doi.org/10.24147/24136182.2024.11\(2\).235-252](https://doi.org/10.24147/24136182.2024.11(2).235-252)

15. Kwak, N., Lane, D. S., Weeks, B. E., Kim, D. H., Lee, S. S., & Bachleda, S. (2018). Perceptions of Social Media for Politics: Testing the Slacktivism Hypothesis. *Human Communication Research*, (44), 197–221. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqx008>

16. Kwet, M. (2019). Digital Colonialism: US Empire and the New Imperialism in the Global South. *Race & Class*, 60(4), 3–26. <https://doi.org/10.1177/0306396818823172>

17. Lee, S. S., Lane, D., & Kwak, N. (2020). When Social Media Get Political: How Perceptions of Open-Mindedness Influence Political Expression On Facebook. *Social Media + Society*, 6(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2056305120919382>

18. Pianini, D., & Omicini, A. (2019). Democratic Process and Digital Platforms: An Engineering Perspective. In P. Contucci, A. Omicini, D. Pianini, & A. Sîrbu (Eds.) *The Future of Digital Democracy* (pp. 83–96). Heidelberg: Springer Verlag.

19. Potseluev, S. P., Podshibyakina, T. A., & Konstantinov, M. S. (2022). Ideologicheskaya akseleratsiya shkol'noy molodezhi kak effekt novykh media: k postanovke voprosa [Ideological Acceleration of Schoolchildren as an Effect of New Media: Formulating the Question]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta družby narodov. Seriya: Politologiya*, 24(3), 573–585. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-3-573-585>

20. Pyrma, R. V. (2019). Vliyanie tsifrovyykh kommunikatsiy na politicheskoe uchastie [The Influence of Digital Communications on Political Participation]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta*, 9(4), 63–69. <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2019-9-4-63-69>

21. Sorokin, A. A. (2024). Opyt kontent-analiza patrioticheskogo diskursa v informatsionnoy kartine vedushchikh telegram-kanalov Rossii [The Experience of Content Analysis of Patriotic Discourse in the Information Picture of Russia's Leading Telegram Channels]. *Vestnik Akademii mediaindustrii*, (1), 63–76.

22. Thorson, K. (2014). Facing an Uncertain Reception: Young Citizens and Political Interaction on Facebook. *Information, Communication & Society*, 17(2), 203–216. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.862563>

23. Titov, V. V. (2020). Strategii sotsial'nogo protesta molodezhi v Runete: sravnitel'nyy analiz pokoleniy Y i Z [Strategies of Youth Social Protest on the Russian Internet (Runet): a Comparative Analysis of Generations Y and Z]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*, (3), 139–158. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.3.1674>

24. Tolson, A. (2010). A New Authenticity? Communicative Practices on YouTube. *Critical Discourse Studies*, 7(4), 277–289. <https://doi.org/10.1080/174>

05904.2010.511834

Информация об авторах

Иван Владимирович Суслов, кандидат социологических наук, доцент кафедры философии, Саратовская государственная юридическая академия, Саратов, Россия, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0991-6368>, e-mail: suslov85@inbox.ru

Зарина Закиевна Кныжова, кандидат политических наук, доцент кафедры философии, Саратовская государственная юридическая академия, Саратов, Россия, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5941-5380>, e-mail: knyzhova@mail.ru

Information about the authors

Ivan Vladimirovich Suslov, Candidate of Social Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, Saratov State Law Academy, Saratov, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0991-6368>, e-mail: suslov85@inbox.ru

Zarina Zakievna Knyzhova, Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, Saratov State Law Academy, Saratov, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5941-5380>, e-mail: knyzhova@mail.ru
